

Uso de Internet, Medios de Comunicación, Expectativas Políticas y Generación de Contenidos Online. Resultados del proyecto WIP Chile 2003-2006

Sergio Godoy Etcheverry, Pontificia Universidad Católica de Chile, Chile

Abstract

Este artículo describe los efectos de Internet en Chile desde el año 2003, en relación a otros países afiliados al proyecto WIP. La discusión se centra en torno a cómo se han visto afectados el uso de medios de comunicación tradicionales, lo que el público espera de ellos, la generación de contenido *online* y las expectativas políticas generales de la población.

Keywords: internet; ICT; Chile; Latin America; media studies.

Introducción

Este artículo describe el impacto que Internet ha tenido en el uso de los principales medios de comunicación tradicionales, en las expectativas del público respecto de ellos, en la generación de contenido *online*, y en las expectativas políticas generales de los chilenos¹. Cada uno de estos aspectos se aborda en una sección separada. De esta manera pretendemos responder a interrogantes como: ¿Cuánto afecta Internet el uso de los medios tradicionales de comunicación como radio, TV o prensa? ¿Qué factores explican los patrones de uso y eventual sustitución que se produce en algunos casos? ¿En qué proporción han crecido los sitios *web* personales, *blogs* y *photoblogs*, y qué credibilidad tienen? Finalmente, ¿el uso de Internet facilita el desarrollo de una ciudadanía más activa, capaz de influir mejor en asuntos políticos y de gobierno? Para estos efectos, analizaremos los resultados de las encuestas WIP-Chile de 2006 y 2003, comparadas en algunos casos con otros países afiliados al proyecto. Cuando corresponda, se compararán usuarios y no usuarios de la red.

El estudio WIP-Chile es el capítulo local del *World Internet Project* (WIP), un proyecto longitudinal e internacionalmente comparado sobre uso y no uso de Internet y otras tecnologías digitales en la vida cotidiana de las personas de veintiséis países². Los datos chilenos consignados en este artículo provienen de una muestra de panel multi-etápica, estratificada y aleatoria probabilística a 1017 habitantes de la

¹ Esta versión se basa en el artículo *WIP Chile 2003-2006: Uso e impacto de internet*, publicado por el autor en Cuadernos de Información N°20, 2007-1, pp. 67-77. WIP Chile es un proyecto financiado por el Fondo Nacional de Ciencia y Tecnología, Fondecyt (N°1050769).

² WIP es encabezado por el Center for the Digital Future de la Universidad de California del Sur. En América Latina, participan Argentina, Chile, Bolivia y Colombia (más detalles en <http://www.digitalcenter.org/> y en <http://www.worldinternetproject.net/>).

ciudad de Santiago, aplicada cara a cara entre junio y agosto de 2006³. El panel ha sido encuestado previamente en 2003 y 2004⁴.

Los datos presentados en este artículo provienen de un cuestionario compartido por todos los países socios del proyecto. Por su naturaleza y metodología, se trata de un estudio que brinda un cuadro muy amplio del impacto de Internet en la vida cotidiana de las personas a lo largo del tiempo, aunque al costo de la profundidad del análisis. Por ende, los resultados reseñados en este artículo deben considerarse como una primera aproximación a un fenómeno que es mucho más complejo y que requiere ser complementado con otros métodos y estudios.

Internet y uso de medios tradicionales de comunicación.

El uso de medios se da en un contexto en que el porcentaje de usuarios de Internet a nivel nacional creció de 18,7% en 2000 a 40,2% en 2006; la cifra para Santiago ese último año fue de 48,2%⁵. El crecimiento de la banda ancha (o de lo que en Chile se entiende como tal⁶) ha sido mucho más rápido, sobre todo en los segmentos más pobres: el promedio de conexiones domiciliarias de banda ancha subió del 55% al 85% entre 2000 y 2006 en promedio. En 2003, apenas el 5% de los hogares pobres del segmento socioeconómico D conectados a la red tenían banda ancha; en 2006 ya era el 72%. Pero pese a este fuerte crecimiento tecnológico, no se verificaron grandes cambios respecto a conductas y valoraciones observadas en 2003 salvo las que se destacan en este artículo (Godoy 2005a, 2005b; Godoy & Herrera 2008, 2004).

Por otra parte, aunque se acusa un alza de la radio (ver gráficos 1 y 2), los tiempos de exposición a TV y diarios se han mantenido relativamente estables desde el 2003, fecha del primer estudio WIP Chile. Sin embargo, tal como en años anteriores y al igual que en los demás países afiliados a WIP, los usuarios de Internet dedican menos tiempo a ver televisión que los no usuarios. Este es el único medio de comunicación tradicional donde se verifica un efecto de sustitución por Internet (salvo en Suecia), aunque en términos generales el visionado de TV sigue siendo importante y no ha disminuido sustancialmente desde 2003.

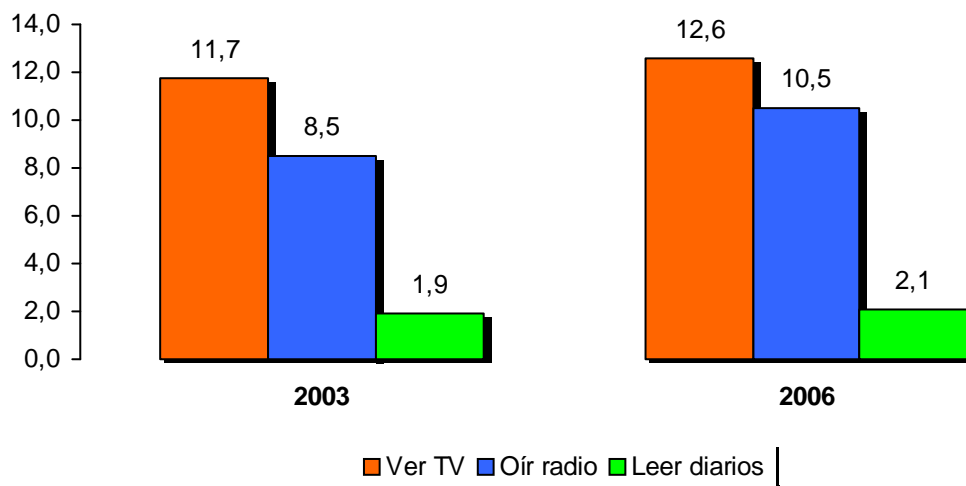
³ El informe completo del estudio WIP Chile 2006 se encuentra disponible online en www.wipchile.cl. Ver Godoy 2007a; Godoy et al. 2006a.

⁴ En 2003 y 2004 la muestra WIP Chile incluyó las ciudades de Valparaíso/Viña del Mar y Concepción, los otros dos centros urbanos más importantes del país. A menos que se indique lo contrario, los datos de 2006 se refieren sólo a Santiago.

⁵ Por usuario de Internet entenderemos cualquier persona que accede a Internet al menos una vez en los últimos 90 días, en cualquier lugar. En Santiago, el 48,2% de internautas se complementa con un 38% de *proxy users* o usuarios indirectos (no usuarios que recurren a terceros para acceder a e-mail y otras informaciones *online*). Ver además Herrera (2006, 2005).

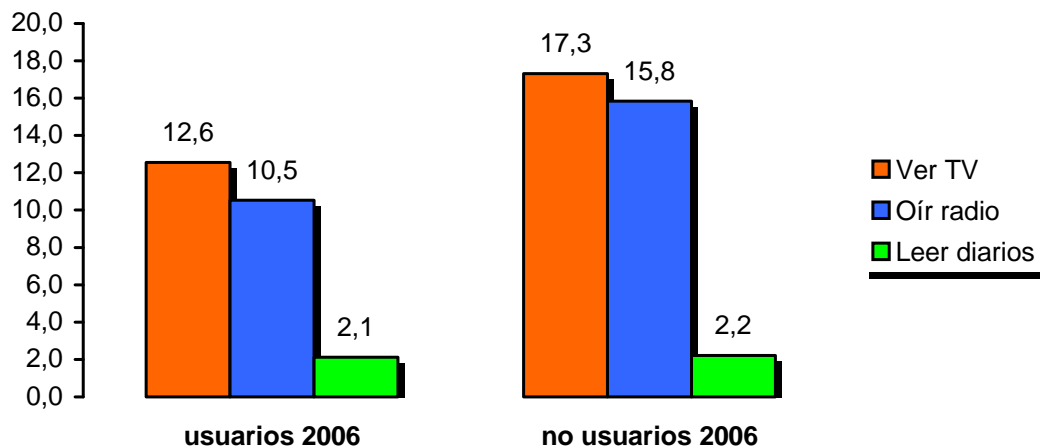
⁶ Muchos expertos cuestionan lo que se entiende por "banda ancha" en Chile, que según los proveedores y la propia SUBTEL incluye conexiones iguales o superiores a 128 kbps que sean permanentes, no cobradas por minuto. Sin embargo, en países desarrollados el mínimo considerado es al menos once veces superior (1,5 Mbps, recomendado por la ITU). Así, compartimos la definición de SUBTEL porque en otros países WIP también se ha verificado que la conexión constante ("always online") es más influyente que el otro factor.

Gráfico N°1: Horas/semana dedicados por usuarios web a principales actividades mediales 2003-2006



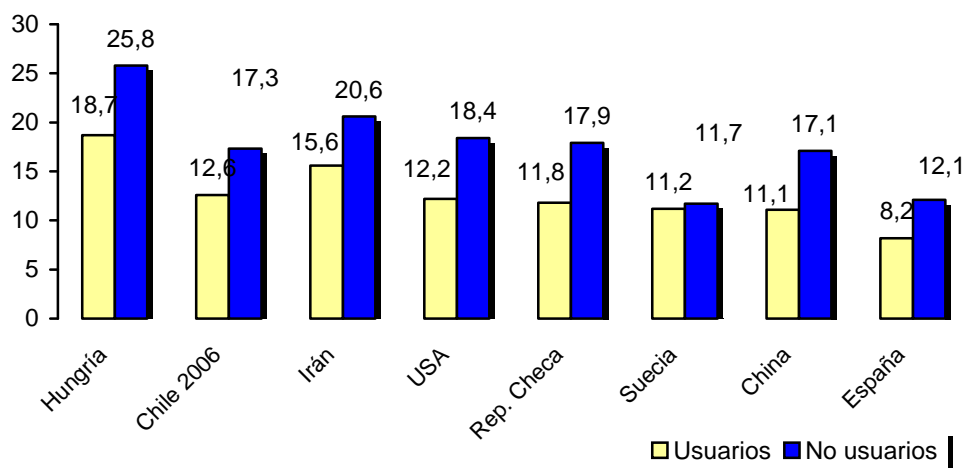
Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

Gráfico N°2: Horas/semana dedicados por usuarios y no usuarios a principales actividades mediales en 2006



Fuente: WIP Chile

Gráfico N°3: Horas/semana dedicados por usuarios y no usuarios a ver TV en países WIP, 2005
(fuente: WIP)



Fuente: WIP Chile

Los internautas chilenos además dedican menos tiempo a oír radio, aunque ello no es compartido por otros países. Esto podría deberse a los contenidos ofrecidos: alrededor del 85% de las emisoras chilenas se dedica a emitir música, la mayoría de la cual es en inglés y/o producida por sellos musicales transnacionales (Godoy, 2007, 2000, 1999). Desde que WIP Chile empezó a aplicarse en 2003, los usuarios han declarado que bajar música en formato MP3 es una de sus principales actividades online (Godoy & Herrera, 2004; Godoy 2005a, 2005b). A diferencia de la TV, en radio parece entonces verificarse un fenómeno que trasciende la tecnología per se: como las emisoras chilenas difunden casi la misma música disponible en la web, hay un efecto de sustitución. En otros países ello no ocurre, probablemente porque los contenidos de la radiodifusión son diferentes.

Finalmente, con respecto a diarios, los internautas les dedican más tiempo que los no usuarios. Esto, que también es compartido por los demás países WIP, parece relacionarse tanto con el mayor nivel socioeconómico y educativo del internauta promedio, como con el hecho de que frente al computador se ejercen activamente las funciones de la lecto-escritura.

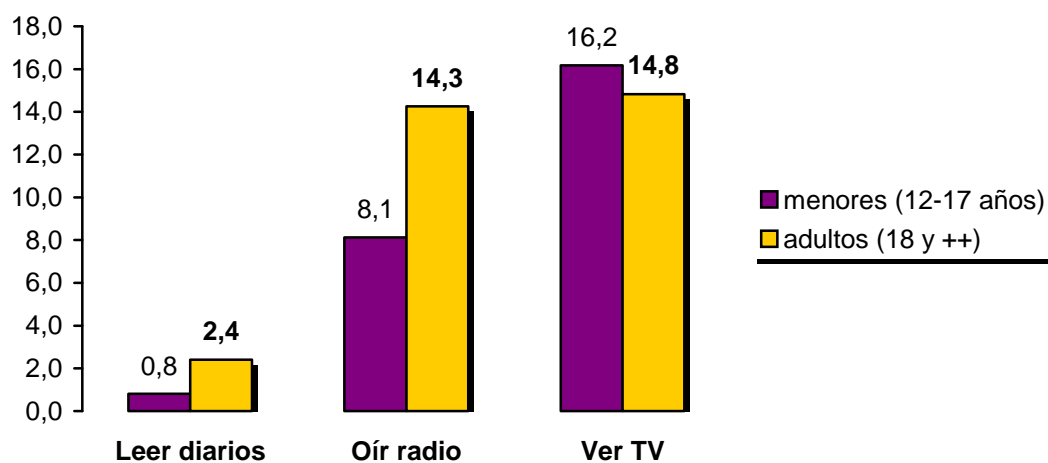
En otras palabras, los contenidos que ofrecen los diferentes medios influyen en el tiempo que usuarios y no usuarios les dedican. Sin embargo, esa influencia varía según el tipo de medio.

Es importante además tener en cuenta otro factor: la edad. El Oxford Internet Institute, socio de WIP por Gran Bretaña, sostiene que Internet es un fenómeno eminentemente generacional: la población de

usuarios se concentra en las capas más jóvenes (Dutton, di Gennaro, & Hargrave, 2005), al igual que en los demás países. Nuestros datos revelan que, al menos en Chile en 2006, el tiempo de uso de los diferentes medios comentados es diferente según la edad de los encuestados: los menores de 18 pasan más tiempo viendo TV que los adultos, y dedican menos a radio y diarios.

No sabemos si los jóvenes van a mantener su patrón actual de uso de medios en la medida que envejecen, o si adquirirán gradualmente un perfil similar al del adulto actual (con mayor consumo relativo de diarios y radio). Por una parte, se podría presumir que una persona criada con cierta tecnología se va a mantener fiel a ella a lo largo de su vida y descartará las "viejas". Pero también se podría suponer que, en la medida que la persona va cambiando su estilo de vida, obligaciones y tiempos disponibles (Godoy & Herrera, 2004), ésta modifica su "mix de medios" a los cuales se expone para obtener la información y/o compañía afectiva que proveen estos soportes, dado que ellos mismos son capaces de irse adaptando a las nuevas demandas. Así, persisten el teatro, el libro, la TV, el cine y otros servicios parecidos.

Gráfico N°4: Horas/semana dedicados por menores y adultos a principales actividades mediales en 2006 (usuarios y no usuarios)



Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

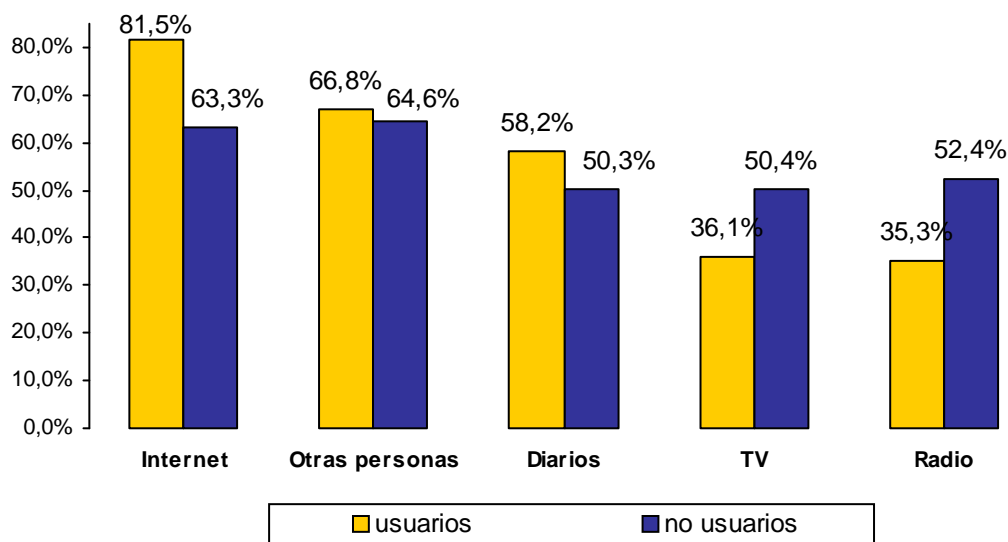
Es en este contexto que llama la atención el alza del tiempo dedicado a radio: de 6,7 horas semanales en 2003 a 8,1 horas en 2006, tanto en menores como en adultos. No contamos con datos suficientes para explicar esta alza, pero al menos sugiere que la declinación de los llamados medios tradicionales no es

inevitable ni pareja para todos ellos en la misma medida. Ello puede relacionarse con las expectativas que las personas se forman respecto a los diferentes medios, tal como comentaremos en seguida.

Expectativas informativas, de entretenimiento y de credibilidad.

Un primer tipo de expectativa analizado por WIP se refiere al valor como fuente de información de Internet respecto a otras opciones. Tal como se comentó en la sección previa, nuestros datos podrían interpretarse como un respaldo a la tesis de que los internautas, que son más jóvenes que sus contrapartes, atribuyen más importancia informativa a Internet que a los demás medios respecto a los no usuarios. Estos últimos, como era de esperarse, valoran más a los medios tradicionales, que ilustra el porcentaje de usuarios y no usuarios que considera "importante" y "muy importante" a diferentes opciones para informarse). Ninguno de los dos grupos encuestados varía demasiado su valoración de Internet como fuente de información entre 2003 y 2006. De hecho, el nivel se mantiene bastante estable: los internautas entre un poco más del 80% y los desconectados a la web alrededor del 60%.

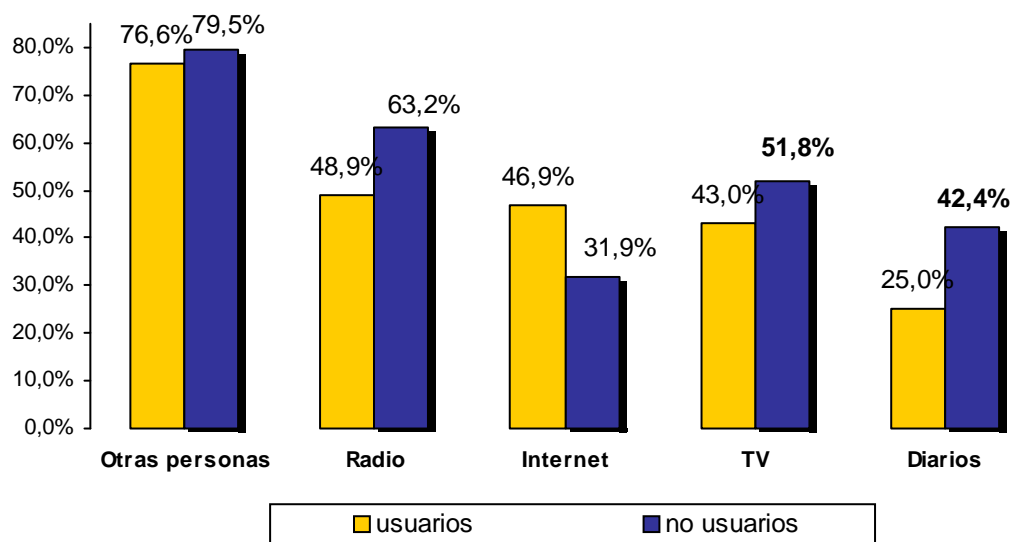
Gráfico N° 5: % usuarios y no usuarios que consideran importante/muy importante como fuente de información a... (2006)



Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

Sin embargo, la valoración de los diferentes medios cambia al preguntar sobre su carácter como fuente de entretenimiento, la otra variable sobre la cual indaga WIP. Incluso entre los usuarios, quienes aprecian más a la web que los demás, no sólo prefieren en mayor medida socializar con “otras personas” sino que no muestran diferencias estadísticamente significativas entre radio, TV e Internet. Al igual que en el cuadro anterior, en ambos grupos de encuestados la percepción sobre el valor de los diferentes medios se mantiene bastante estable respecto a Internet entre 2003 y 2006.

Gráfico N° 6: % usuarios y no usuarios que consideran importante/muy importante como fuente de entretenimiento a... (2006)



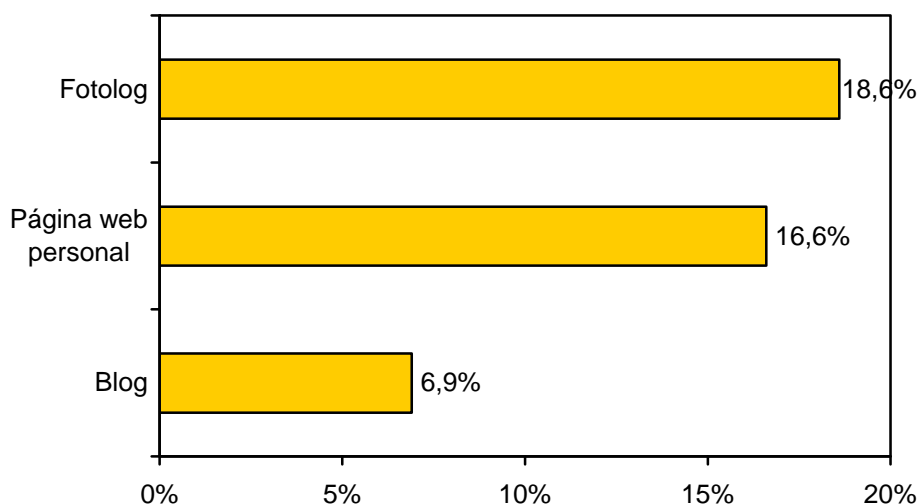
Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

Con estas percepciones ocurren un par de fenómenos interesantes. El primero es que el contacto cara a cara con otras personas es altamente relevante para todos los encuestados, pese a su nivel de tecnologización (Godoy et al., 2006). El segundo aspecto interesante es que todos, usen o no la web, le atribuyen menor importancia como fuente de entretenimiento que de información. Por ende, parece lógico suponer que los medios “tradicionales” debieran especializarse más en entretener y acompañar; sobre todo debido a que los internautas son cada vez más activos para subir contenidos a la red. Sin embargo, como veremos a continuación, los medios tradicionales también tienen bastante que hacer en el ámbito de la información.

Contenidos publicados en Internet y su credibilidad

El estudio WIP analizó tres tipos de contenidos publicados por los internautas en la red: páginas web personales, blogs (publicación de opiniones a través de una especie de diario de vida donde el autor relata actividades realizadas o expresa su opinión sobre temas de su interés) y fotologs (blog o galería de fotos propias que el autor actualiza periódicamente). Hay muchos casos de sitios web personales que han informado de manera mucho más oportuna y veraz que los medios de comunicación establecidos, notablemente la denuncia en 1998 del *affaire* Clinton-Lewinski por el "periodista online" Matt Drudge, autor de un servicio online llamado el Drudge Report⁷ que comenzó combinando chismes del espectáculo con opiniones⁸.

Gráfico 7: Contenido que los usuarios tienen publicado en Internet, 2006.



Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

Nuestros datos revelan que el contenido propio más común es el fotolog: 18,6% de los internautas en Chile posee uno. Esto es interesante porque es una tecnología relativamente reciente (de hecho, no se preguntó por ella en 2003 ni 2004). Que haya superado a las páginas web personales (que subieron de 7,5% en 2004 a 16,6% en 2006) puede deberse a su simplicidad de uso y a que refleja los intereses de las personas, en este caso, dar a conocer eventos a través de imágenes.

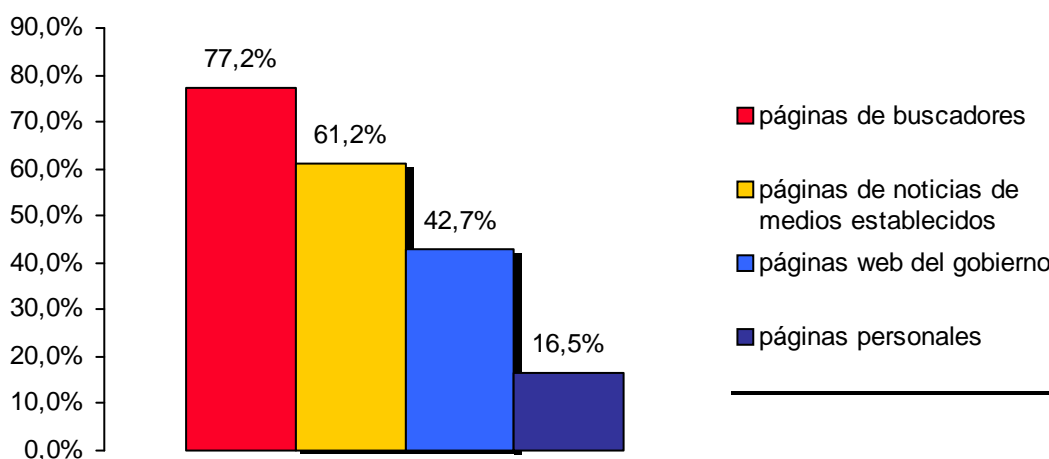
⁷ Ver <http://www.drudgereport.com/>

⁸ Para una visión crítica sobre el rol del *Grudge Report*, en el *affaire* Clinton-Lewinski, ver Halperin & Harris (1998.)

No obstante lo anterior, si bien los sitios web para búsqueda de información como Google o Yahoo gozan de la más alta credibilidad entre los internautas chilenos en 2006, en segundo lugar vienen las páginas de los medios de comunicación establecidos. En cambio, los sitios web personales (incluyendo blogs y similares), pese a que muchas veces informan sobre hechos relevantes que la prensa no quiere o no consigue cubrir, tienen niveles muy inferiores de credibilidad –incluso inferiores a los que poseen los sitios de gobierno.

La baja credibilidad de las páginas personales coexiste perfectamente con su fuerte alza. Esto, porque se trata de fenómenos diferentes: el blog, fotolog o la página personal son, en general, maneras que tienen los internautas para autoexpresarse y no tienen necesariamente la finalidad de ser creíbles ni veraces. Ello no impide, por supuesto, que algunos sitios individuales sí lo sean y que incluso a veces informen mejor que los medios de comunicación profesionales⁹.

Gráfico N° 8: % usuarios que creen toda/la mayoría de la información contenida en distintas fuentes online, 2006



Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

Del mismo modo en que el uso de los medios tradicionales está influido por aspectos no tecnológicos (como sus contenidos o la edad del usuario web), la credibilidad de la información disponible *online* depende de factores de contexto (por ejemplo, políticos). Estos factores van más allá de las variables que aborda el cuestionario WIP, pero pueden deducirse de manera indirecta. El gráfico 9 ilustra el porcentaje

⁹ Aunque el mismo Matt Drudge y su *Drudge Report* han sido objeto de feroces críticas.

comparado de usuarios en diferentes de países WIP que consideraban creíble toda o la mayor parte de la información online en 2005 (Chile no pudo ser incluido en la comparación por razones metodológicas). Dos países de Europa Oriental de tradición autoritaria, Hungría y la República Checa, eran los más confiados. En el extremo opuesto se encontraba China, seguido a cierta distancia por Suecia, una de las democracias más tolerantes, sólidas y antiguas del planeta. En un estado intermedio se encontraban Estados Unidos, España e Irán.

Gráfico N° 9: % usuarios de países WIP que creen en toda/la mayoría de la información disponible en internet, 2005 (fuente: WIP)

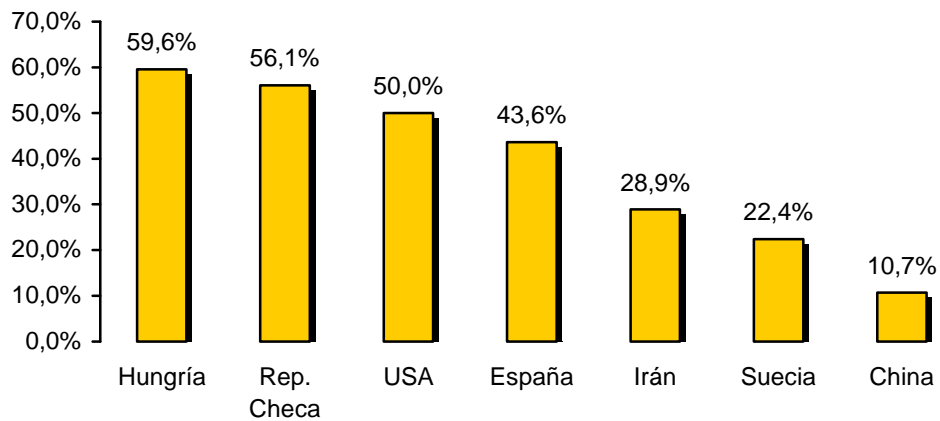


Tabla N°1. Selección de países ordenados según su puntaje en el Índice Mundial de Libertad de Prensa 2006 (Fuente: Reporters Sans Frontieres, 2006)

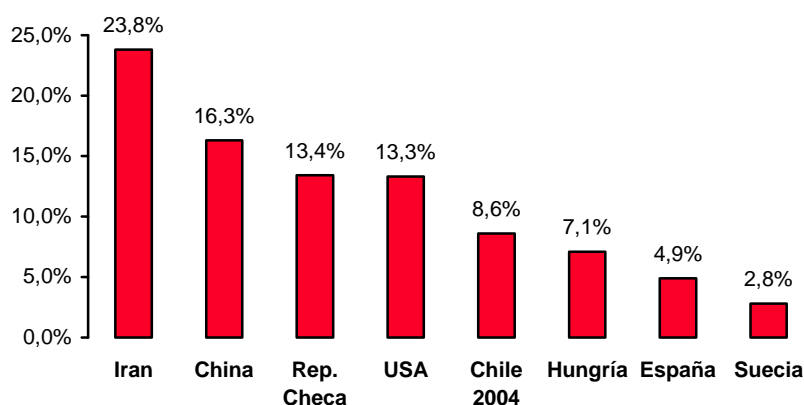
N°	País	Puntaje (0,0 = mínimas restricciones)
1	Finlandia	0,50
5	República Checa	0,75
10	Hungría	3,00
14	Suecia	4,00
16	Canadá	4,50
19	Nueva Zelanda	5,00
23	Alemania	5,50
27	Reino Unido	6,50
40	Italia	9,90
41	España	10,00
49	Chile	11,63
51	Japón	12,50
53	Estados Unidos	13,00
75	Brasil	17,17
76	Argentina	17,30
119	Estados Unidos (extra-territorial)	31,50
162	Irán	90,88
163	China	94,00

¿Tendrá esto relación con factores políticos más profundos? Si bien el concepto de "información" excede al periodismo, un primer factor a considerar puede ser la disponibilidad de otras fuentes confiables fuera de la red (periodísticas y de otro tipo), así como la posibilidad de acceder libremente a ellas. Como indica el Índice Mundial de Libertad de Prensa 2006 (RSF, 2006), los húngaros y checos gozan de una prensa más libre, mientras que iraníes y chinos enfrentan más restricciones en sus sistemas informativos. Eso podría explicar la mayor credulidad de los primeros y el relativo escepticismo de los segundos. Sin embargo, Suecia combina un fuerte escepticismo frente a las informaciones *online* con uno de los índices más altos en libertad de prensa. Este tipo de paradojas son difíciles de explicar, lo que sugiere la necesidad de estudios específicos más profundos que relacionen factores como la calidad del sistema político (o el grado de libertad informativa) con la disponibilidad *online* de información políticamente relevante.

Internet y política

En esta sección abordaremos la influencia percibida de Internet en la vida política de las personas. Tal como ocurrió cuando apareció la telegrafía a mediados del siglo XIX, la radio a inicios del siguiente, o la TV hace más de cinco décadas, varios autores han confiado en que la política podrá mejorar gracias a la posibilidad técnica de transmitir mensajes instantáneamente por todo el mundo, facilitando así un mayor control ciudadano. Aunque tomado literalmente puede sonar ingenuo, este argumento tiene como precedente poderoso la difusión de la imprenta en la Europa a partir del siglo XV en el contexto de las guerras religiosas y la consolidación de los absolutismos nacionales en desmedro del poder de la Iglesia y el feudalismo (Crowley & Heyer, 1997).

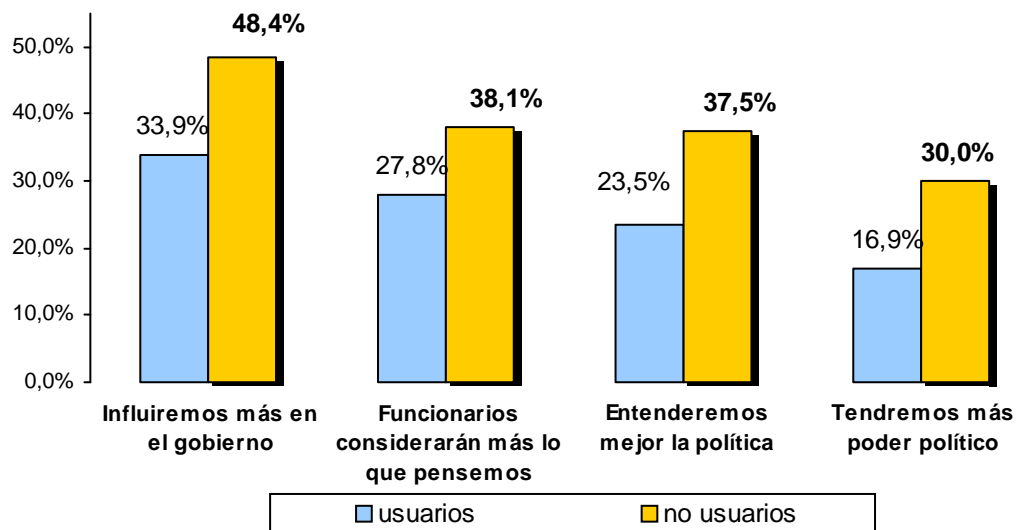
Gráfico N° 10: %usuarios en países WIP que aumentaron mucho/un poco su contacto con personas con quienes comparten intereses políticos, 2005 (Fuente: WIP)



Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

En el caso de Internet y las demás tecnologías contemporáneas, hay varios ejemplos de movilizaciones ciudadanas organizadas en torno al uso de estas herramientas: desde la sorpresiva derrota electoral de José María Aznar en España tras los atentados explosivos el 11 de marzo de 2003, hasta la movilización de los "pingüinos" (escolares) en Chile en mayo del 2006. Sin embargo, respecto a las demás áreas influenciadas por la red comentadas en este capítulo, las condiciones en que puede haber mayor o menor influencia política de esta herramienta dependen de factores que van más allá de lo tecnológico (institucionales, culturales, históricos o de simple desarrollo económico).

Gráfico N° 11: % usuarios de acuerdo/muy de acuerdo con las siguientes afirmaciones políticas sobre internet, 2006



Fuente: WIP Chile, PUC-CCS

En el gráfico N°10 puede apreciarse que el porcentaje de usuarios de diferentes países WIP que aumentaron su contacto con personas con quienes comparten intereses políticos es más alto en Irán y China, los países WIP con las mayores restricciones en los canales convencionales de participación política. Sin embargo, quienes consideran que sus vínculos con personas afines en lo político es igual que antes son más: el 64,3% de los internautas en Irán, el 71,3% en China, el 84,9% en la República Checa, el 76,8% en Estados Unidos, el 86,5% en Chile (datos de 2004), el 90,2% en Hungría, el 75,8% en España y el 80,4% en Suecia.

Al observar más en detalle las expectativas políticas de los internautas en comparación con las de los no usuarios, surgen rasgos interesantes, aunque no todos ellos muy alentadores para quienes creen en el poder democratizador inevitable de la red. En el gráfico N°11 se puede ver que, respecto de las cuatro afirmaciones políticas que se formularon a los encuestados de WIP Chile en 2006, los no usuarios son bastante más optimistas que quienes ya están conectados. A primera vista pareciera que, tal como ocurrió con las antiguas esperanzas de que la telegrafía o la radio acercarían más al gobierno y sus ciudadanos, las personas tienen expectativas demasiado altas respecto de Internet. Pero pareciera que basta con convertirse en un usuario para darse cuenta de que eso es ilusorio. Mal que mal, ni gobernantes ni

funcionarios públicos tienen motivos especiales para darle más atención a un e-mail que a una carta, un telegrama o a una persona que solicita una entrevista.

No obstante, al analizar cómo han evolucionado estas expectativas entre 2003 y 2006 surge un cuadro más alentador. Al menos en lo referente a influir más en el gobierno y a entender mejor la política (las únicas dos dimensiones preguntadas en ambas fechas por WIP Chile), el porcentaje de internautas que así lo cree ha aumentado: de 23% a 34% para el primer caso y de 18% a 24% para la segunda variable¹⁰. En contraste con esto, los no usuarios incrementaron su optimismo respecto a la primera alternativa (de 27% a 48%), pero declinaron levemente en la segunda (de 41% a 38%).

En definitiva, los no usuarios tienen una visión más idealizada sobre la influencia de la red en el poder político, encarnado en gobernantes y funcionarios públicos. Ahora bien, a pesar de que los internautas son menos optimistas, sus expectativas y esperanzas no han disminuido a lo largo del tiempo.

Conclusiones

En este capítulo hemos comentado varias diferencias que existen entre usuarios y no usuarios de Internet en el ámbito de los medios tradicionales de comunicación, la generación de contenidos online y las expectativas políticas, aunque circunscritos al repertorio de preguntas más bien generales contenidas en el estudio internacional WIP (que abarca muchos más aspectos relativos a la vida cotidiana de los encuestados). Muchas de esas diferencias parecen corroborar las visiones más optimistas –tales como las de Manuel Castells¹¹– sobre el impacto positivo que tendría Internet y otras tecnologías digitales en las personas en cuanto a mayor poder político, capacidad de expresarse y acceder a información relevante o productividad laboral. Aunque no hemos tenido espacio de comentarlos aquí, hay datos de WIP-Chile 2006 relativos a comercio electrónico, actividades cotidianas *offline*, redes sociales, y percepción de productividad laboral y académica que respaldan, aunque sea parcialmente, esa tesis.

En los aspectos analizados en este artículo, una de las diferencias más claras que se advierten entre internautas y no usuarios es el menor tiempo que los primeros dedican a ver televisión, lo cual es compartido por los demás países del proyecto WIP -salvo Suecia. También se constata un explosivo aumento en la generación de contenidos propios en la red, así como que los usuarios atribuyen la mayor credibilidad informativa a los buscadores online. Esto indica una menor dependencia de agencias tradicionales de poder y acceso a la información, lo cual podría interpretarse como una declinación de los

¹⁰ Se refiere al porcentaje de usuarios "muy de acuerdo" y "de acuerdo" con las afirmaciones "usando Internet, las personas tendrán mayor influencia sobre lo que hace el gobierno" y "usando Internet, las personas entenderemos mejor la política".

¹¹ Ver Castells, 2000. Más recientemente, Castells ha sintetizado el potencial de tecnologías digitales como Internet y celulares –extensiones de la mente y los sentidos en un sentido *McLuhano*- en términos de mayor autonomía y ubicuidad, independencia de los sistemas convencionales de poder y capacidad de estimular el desarrollo económico y social (en Seminario sobre Desarrollo Económico, Desarrollo Social y Comunicaciones Móviles en América Latina, Fundación Telefónica/UOC/IN3, Buenos Aires, 20-21 abril 2007).

medios tradicionales. Ello se ve reforzado además por el aumento entre 2003 y 2006 de las expectativas que los internautas tienen respecto a que esta herramienta les permitiría mayor influencia política.

Sin embargo, en la mayoría de los demás casos analizados, no está tan claro que sea Internet por sí misma la que explica los cambios de conductas y expectativas entre usuarios y no usuarios de la web. De hecho, al menos la edad y otras condiciones del contexto como contenidos de los medios o patrones culturales parecen tanto o más importantes que la tecnología. Además, salvo los casos recién comentados, las diferencias observadas entre usuarios y no usuarios se han mantenido casi constantes entre 2003 y 2006. Por último, los datos de WIP Chile 2006 también impugnan la hipótesis de mayor autonomía informativa y política de las personas que usan este tipo de herramienta, así como su mayor productividad laboral o académica¹².

Respecto de la posible declinación de los medios tradicionales de comunicación, si bien Internet aparece restándole tiempo de visionado a la TV, no ocurre lo mismo con la lectura de diarios en papel. Como los internautas son más educados y adinerados que los no usuarios, no es extraño que dediquen más tiempo a leer. Al menos en este punto, la diferencia no se establece entre usuarios y no usuarios de internet sino por tramo etéreo. Sin embargo, aunque los datos constataron que efectivamente los menores de 18 simplemente leen menos, no tenemos suficiente evidencia para asegurar que se vayan a mantener así para siempre o si incrementarán sus niveles de lectura en la medida que maduren y envejezcan. Con respecto al menor tiempo que los usuarios web dedican a la radio, el factor que explique por qué en nuestro país este medio aparece menoscabado frente a la red puede ser el contenido que ofrecen las emisoras chilenas (música pregrabada también disponible online) más que la tecnología *per se*.

Es innegable que los internautas han aumentado de manera exponencial la cantidad de contenidos propios que suben a la red, y que los buscadores online como Google o Yahoo! son los que gozan de la mayor credibilidad informativa. Sin embargo, ello es matizado por lo poco creíbles que son los blogs y otros sitios personales –al menos en promedio y sin contar con el prestigio que puedan tener algunos sitios específicos. Por lo demás, los segundos actores online más creíbles son los sitios de los medios de comunicación tradicionales.

De manera similar, la edad parece explicar otras diferencias entre usuarios y no usuarios en otros ámbitos. Al igual que en 2003, en 2006 los internautas hacían más ejercicio físico y compartían más tiempo con amigos que los no usuarios, mientras que estos últimos preferían socializar con familiares. Pero como los primeros son más jóvenes que el otro grupo analizado, son naturalmente más propensos a hacer más deporte y a preferir socializar con pares en vez de parientes.

¹² El estudio WIP formula dos preguntas específicas sobre la productividad percibida atribuible a internet en el trabajo y en los estudios, las cuales se formulan a los internautas que trabajan y estudian. No sólo la percepción de productividad es más fuerte en el ámbito laboral que en el de estudios, sino que sospechamos que estas percepciones pueden estar magnificadas. Ver Godoy et al., 2006b.

En síntesis, así como los contenidos pueden influir en el uso y consumo de medios de comunicación, también hay factores generacionales y culturales que afectan la socialización de las personas. Algo similar ocurre respecto a las dimensiones políticas analizadas: si bien hay varios *ejemplos* de movilización ciudadana atribuibles a campañas espontáneas por Internet y celulares que han puesto en aprietos a las agencias tradicionales de poder y de información, no tenemos evidencia suficiente como para demostrar que el uso de Internet conlleva más poder político a las personas comunes y corrientes. Incluso constatamos más escepticismo entre quienes ya usan la red que entre los excluidos.

Referencias

Castells, Manuel (2000): *La era de la información: economía, sociedad y cultura*, 2ª Ed. Madrid: Alianza Editorial.

Crowley, David & Heyer, Paul (1997): *La Comunicación en la Historia. Tecnología, Cultura, Sociedad*. Barcelona. Bosch Comunicación.

Dutton, William; di Gennaro, Corinna; Hargrave, Andrea (2005): *The internet in Britain. The Oxford Internet Survey*. Oxford: Oxford Internet Institute.

Godoy, Sergio (2007a): WIP Chile 2003-2006: Uso e impacto de internet, *Cuadernos de Información* N°20, 2007-1, pp. 67-77.

- (2007b) 1988-1992: Los años de la siembra, en Acuña, Fernando (Ed.), *Los primeros 50 años de la televisión en Chile*. Santiago de Chile: Facultad Comunicaciones UC/EI Mercurio/VTR/Canal 13, pp. 184-211.

- (2005a): Estudio WIP/BIT: Chile en el globo virtual, *Revista Universitaria*, N° 87, pp. 62-65.

- (2005b): Resultados WIP-Chile 2003-2004: ¿Cómo está y dónde va el uso de internet en Chile?, *Cuadernos de Información* N°18, pp. 101-111.

- (2000): Radio en la era digital: la relativa fragilidad de lo local, en UNICOM: *Desafíos de la sociedad de la información en América Latina y Europa*. Santiago: Lom ediciones, pp. 187-196

- (1999): *Gestión de Radio y TV*. Santiago: Ediciones Universidad Católica de Chile.

Godoy, Sergio & Herrera Soledad (2008): Precisions About The Broadband Divide In Chile, en *Handbook of Research in Global Diffusion of Broadband Data Transmission*, Dwivedi Y.K., Papazafeiropoulou, A., and Choudrie, J. (Eds). Hershey, PA, USA: IGI Global.

- (2004): Qué ocurre cuando se usa (y no se usa) internet: resultados del World Internet Project-Chile, *Cuadernos de Información* N°16-17, pp.71-84

Godoy, S.; Herrera, S.; Lever, G.; Myrick, A.; Sepúlveda, M.: (2006): *Monitoreando el futuro digital: resultados encuesta WIP-Chile 2003, 2004 y 2006*. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile, Instituto de Estudios Mediales, Instituto de Sociología y Escuela de Ingeniería; Centro de Estudios de la Economía Digital, Cámara de Comercio de Santiago, Santiago.

Halperin, Mark & Harris, John (1998): *The Way to Win: Taking the White House in 2008*. New York: Random House.

Herrera, Soledad (2006): ¿Está Disminuyendo la Brecha Digital en Chile?, *Economía & Administración* N°151 (diciembre/enero): 30-37.

- (2005): *Dropouts and New Users in the Internet Community, Santiago de Chile*. Santiago de Chile: paper presentado en WIP/BIT Conference 2005, Facultad de Comunicaciones UC.

RSF (2006): *Worldwide Press Freedom Index 2006*, Reporters Sans Frontieres, Paris, http://www.rsf.org/rubrique.php3?id_rubrique=639